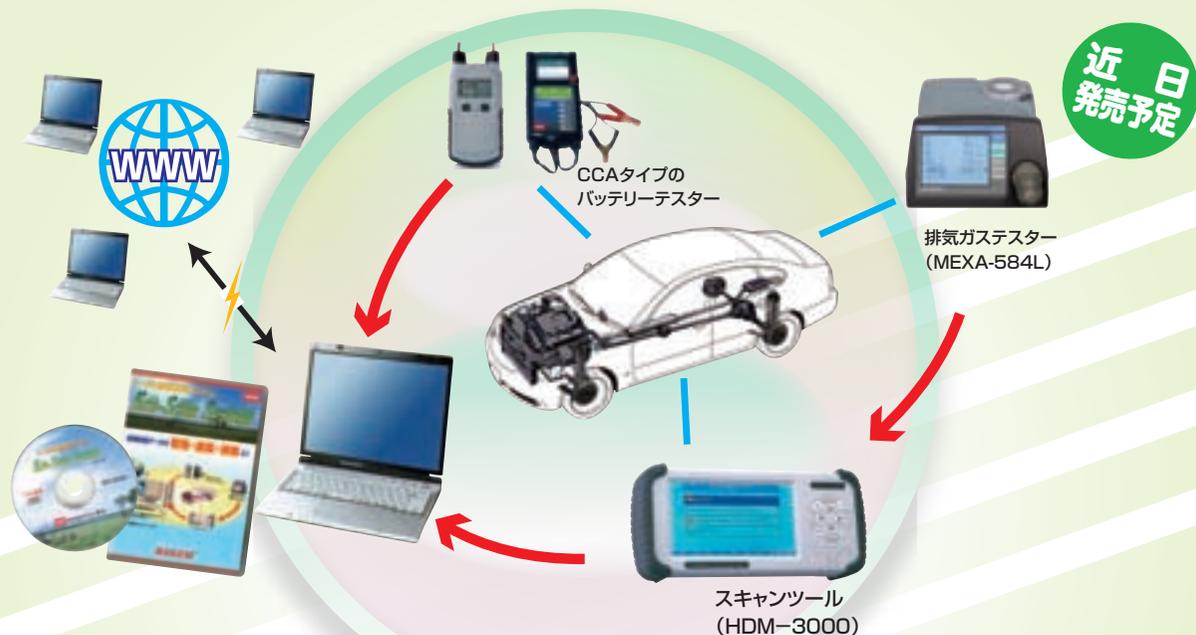


「診る技術」を「見せる技術」で、
診断ビジネスの有料化に！

Eco-Scan System



Eco-Scan診断

- 顧客・車両情報と診断データの一元管理!
- 車両の診断レポートを簡単プリント!
- 故障コードを含めた車両整備情報をデータベース化!

- ①OBDコード(スキャンツール)
- ②5ガス成分(要素)+ブローバイガス
- ③バッテリーチェック
- ④エンジンなどの各部状態(エコチェック)

上記の簡易診断を行い、不具合箇所については精密検査により有料化を促進します。

1次協力店 募集中!

※協力店の詳細については最寄りのバンザイにお問合せください。

※商品にはPCは含まれません
※画面、診断レポートは実際のものとは異なる場合があります

BANZAI 株式会社 バンザイ

本社
東京都港区芝2-31-19
TEL 03-3769-6880
E-mail:teigy@banzai.co.jp

関東支店
埼玉県北本市朝日4-553
TEL 048-590-3700
E-mail:kanto_br@banzai.co.jp

札幌支店
札幌市西区24軒1条7-3-10
TEL 011-621-4171
E-mail:sapporo_br@banzai.co.jp

仙台支店
仙台市宮城野区福室2-8-21
TEL 022-258-0221
E-mail:sendai_br@banzai.co.jp

東京支店
東京都港区芝2-31-16
TEL 03-3769-6840
E-mail:tokyo_br@banzai.co.jp

名古屋支店
名古屋市中区大須1-29-36
TEL 052-201-7551
E-mail:nagoya_br@banzai.co.jp

大阪支店
大阪市長田東3-3-11
TEL 06-6744-1041
E-mail:osaka_br@banzai.co.jp

広島支店
広島市西区南観音2-7-10
TEL 082-233-3201
E-mail:hiroshima_br@banzai.co.jp

福岡支店
福岡市博多区那珂5-3-15
TEL 092-411-1261
E-mail:fukuoka_br@banzai.co.jp

海外販売部
東京都港区芝2-31-16
TEL 03-3769-6894

- 営業所 旭川・青森・秋田・盛岡・郡山
山形・新潟・長野・前橋・宇都宮
水戸・埼玉・千葉・横浜・静岡・多摩
北陸・三重・京都・神戸・高松
- 出張所 帯広・函館・富山・松山
岡山・山口・長崎・大分・熊本
- 販売会社 バンザイ鹿児島販売(株)
バンザイ宮崎販売(株)
バンザイ沖縄販売(株)



BANZAI NEWS

2010
Winter
273

特集
BANZAI NEWS

感動品質 2nd Stage
静から動へ
Active! 2010

プレゼンテーションしませんか?
「安心、信頼、感動」のある店づくりへ!





小樽運河 ————— 北海道小樽市

大正から昭和のはじめにかけて港湾都市として活況に沸いた小樽。その繁栄をしのばせるように今も建ち並ぶ倉庫と、その間を流れる運河。かつて積荷を満載した舳（はしけ）の行き交った水面には、今は静かに街灯の灯が揺れています。

★歳時記

- 1月 1日 元日
- 7日 七草
- 11日 成人の日
- 2月 3日 節分
- 4日 立春
- 11日 建国記念の日
- 3月 3日 ひな祭り
- 18日 彼岸入り
- 21日 春分の日



●目次

- ★新年のごあいさつ……………①
- ★特集【感動品質2nd Stage 静から動へ Active! 2010 PART1】…②
プレゼンテーションしませんか？
「安心、信頼、感動」のある店づくりへ！
- ★モデルショップ訪問【日交整備株式会社 鳥取本社工場】…⑥
山陰圏の公共輸送を担う、バス整備から
一般ユーザーへの浸透を目指す
- ★モデルショップ訪問【大旺機械株式会社】……………⑧
一般乗用車ユーザーにアピールする
明るく清潔な「来店型」サービス工場に！
- ★ショールーム……………⑩
- ★トピックス……………⑫
エコキャンシステムのご紹介
- ★感動夢工場・工房シリーズレポート No.29……………⑭
らくらく車検工房 (有)道東車輛工業
- ★ロータリー……………⑯
- ★BANZAIガイド……………⑰

あけましておめでとうございます

皆様におかれましてはお健やかに新春をお迎えのこととお慶び申し上げます。

また平素より格別のお引立てを賜り、誠に有難うございます。さて21世紀を迎えて早、10年目の年を迎えることとなりました。あたかも弊社におきましては90周年の節目の年となります。これもひとえに皆様方のご支援、ご愛顧の賜物と厚く御礼申し上げます。

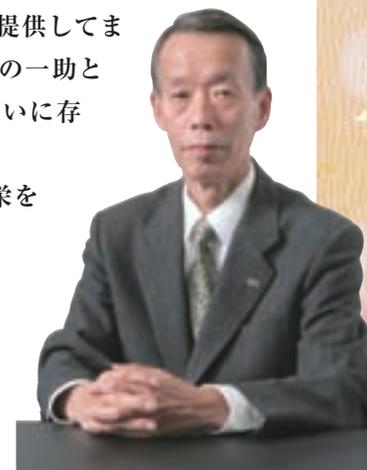
自動車と自動車サービスを取り巻く経済環境は引き続き厳しい様相を呈しておりますが、昨年は環境問題への世界的な取組みの流れの中で、エコカー減税などの優遇措置があいまってハイブリッド車を中心とするエコカーが市場をけん引し、新車市場を活性化しました。こうした現象が今後継続的に市場を支えていくものかどうかはまだ未知数ではありますが、環境を視野に置いた新技術の普及促進と、アフターサービスにおける対応は間違いなく必須のものになっていくと思われまます。

弊社におきましては毎年、年初のご提案として「ニューイヤーインフォメーション」をお届けしております。昨年は「企業の透明化」をコンセプトとし、お客様に「見える」企業、すなわち信頼される企業のあり方をご提案申し上げました。本年は、これに引き続きまして、こうした信頼される企業のあり方をさらに進め、お客様や地域にアピールし発信していく、実践への年と位置付けております。

弊社ではこうした観点から、「安全」「診断」「環境」に関わる各種サービス機器と、皆様のサービス技術にお役立ていただけるトレーニング、セミナーなどのサポート企画をご提供してまいります。微力ではございますが、皆様の経営の一助として弊社のご提案をお役立ていただければ幸いに存じます。

末筆ではございますが、皆様のご健勝とご繁栄を心よりお祈り申し上げます。

2010年新春



株式会社 バンザイ
代表取締役社長 関谷 徹



静から動へ Active! 2010
PART 1



プレゼンテーションしませんか?
「安心、信頼、感動」のある店づくりへ!

2009年はまさに自動車業界にとってはエコカーブームの年となりました。ここ数年来、急速に浸透してきたエコロジーへの関心の高まりと、民主党新政権によるCO₂ 25%削減の環境政策、さらにエコカー減税+補助金の優遇措置がエコカーへの買換え需要を刺激し、車種によっては納車まで半年待ちなどというホットな状況も起きました。こうしたエコカー、特にハイブリッド車(HV)や電気自動車(EV)が今後も引き続きブームの主役になっていくなか、ガソリンを燃料とする内燃機関という従来の枠を超えた新技術を搭載した新しい車が、確実に一定の割合で増加していくことは間違いなさそうです。

エコカーにけん引された2009年新車市場

冒頭にあげたようなエコカーブームもあり、昨年後半には新車総販売台数も久々に盛り返しを見せ、11月は単月で45万台の水準に回復しました。ブームのけん引役となったHV以外にも、減税と補助金の対象となった小型車の人気もこのようなエコカー需要を下支えしたものと思われま。しかしながら年間の販売台数はあいかわらず500万台を大きく下回ったままの状況で、買い替え需要中心、コンパクトカー、軽自動車中心という大きな流れは変わっていません。また自動車保有台数も07年9月の7968万台をピークに減少傾向となり、その背景には少子高齢化と若者層の車離れといった要因があるとされています。

新技術対応、コストダウンが求められるサービス態勢

そして昨秋、自動車検査登録情報協会が発表した「平成21年版 わが国の自動車保有動向」によると、現在わが国の道路を走っているクルマの平均使用年数、平均車齢はともに過去最高を更新しました。乗用車の平均使用期間は4年連続で延びて11.68年となり、平均車齢も17年連続で延びて7.48年となっています。このような状況を見ると今後の自動車サービス市場にはHV車やEV車、さらに複雑化するハイテクノロジー車などと、長期にわたって使用したクルマが混在することになり、サービス工場においても幅広く高度なサービス態勢が求められるのではないのでしょうか。そして総体的な分母(保有台数)の増加があまり期待できないとすると、サービス市場においてはサービス需要の獲得競争が再びシビアな局面を迎えることも予想されます。もちろん、価格競争に耐えうるコストダウンの

努力も必要でしょうし、さらに長期的な戦略として顧客の囲い込みを図るための施策も求められてくることでしょう。その第一要件は、なによりもお客様に「選ばれるサービス工場」として自社を位置付けることが必要になります。

流通市場に見る「選ばれる店」の変化

消費者はものをどこで買うのでしょうか。それは買うものによっても異なるでしょう。生活用品であればどこ、カジュアルなふだん着ならどこ、お洒落な洋服ならどこ、といったように、買うものや買う場所、買うシーンを思い描いてお店に足を運んだり、また最近ならばネットショッピングもそうした選択肢の一つに入るのかもしれない。

流通業界では百貨店の長期にわたる売上不振が言われ続けています。とくにシニア世代にはかつて休日は家族で買物に出かける楽しいショッピング空間という体験があるはずですが、現在では「何でもあるけれど、買いたい物はない」というのが一般的な百貨店に対するイメージなのだそうです。多くの百貨店はブランドショップのテナント業といった業態に変化していたり、





あるいは地方の駅前の百貨店では安売りショップや、ゲームセンターなどに姿を変えているところもあつたりします。こうした変化は、家電なら量販店に、生活必需品ならスーパーに、いや現在ではそれもコンビニエンスストアにと、さらに変化は加速しているようです。かつて百貨店に買物に出かけるときのあのドキメキ感は、いまどのように変わってしまったのでしょうか。

高品質・低価格を支える人気ショップの商品戦略

こうした流通業の業態変化の理由の一つには、まず低価格志向があげられます。かつてダイエーの創業者、中内功氏が価格破壊戦略で実現した「良いものを安く」というスーパーマーケットのコンセプトはさらに形を変えて、現在のアウトレットモールや会員制のホールセールストア(卸売店)の隆盛につながっているようです。これらの格安ショップの品揃えが「安かろう、悪かろう」ではないという証明は、それが「訳あり」の商品だからでしょう。その「訳」とは、中間流通経路の短縮であつたり、規格外商品であつたり、大ロットパッケージであつたりという品質面に関わらないものであることがポイントです。サー

ビス業に置き換えるならば、コスト圧縮のための効率化という経営努力もこうした「訳」の一つといえるでしょう。また自動車サービス業においても、安全面や点検基準に抵触しないサービスについては、お客様の予算や価値観を考えた低価格サービスの商品化が考えられます。

例えば、ちょっとしたキズやヘコミなら、完全な修正・塗装でなく、クイック板金をおススメすることや、リサイクルパーツを使用するなどの提案も現在ではお客様に抵抗なく受け入れられているようです。またフルサービスガソリンスタンドからセルフサービスのガソリンスタンドへという変化もこうした流れの上にあるといえるかもしれません。

クルマの普及でお店選びの視点が変わった!

もう一つの理由として、行きやすさがあります。かつての消費の中心にあつた繁華街や駅前は今では逆に行きやすい場所ではなくなつてしまいました。それはクルマの普及とともに進行した一連の変化で、かつて休日に百貨店でショッピングを楽しんだ家族連れは、クルマで郊外型ショッピングセンターへ行き、映画を楽しむ人々は繁華街の映画館から駐車場を併設した郊外のシネコン(複合映画館)へと足を向ける方向を変えています。

自動車サービス業においても、お客様の「行きやすさ」に配慮した来店型、集客型の店舗作りがまさに焦点となっています。止めやすい駐車スペース、入りやすいガラス張りのショールームなど、お客様への入りにくさ、バリアとなる要素を排した店づくりが必須の要件となりました。

自動車サービスでは、車検だけのお客様、点検にも来店されるお客様、オイル交換にも来店されるお客様、とお客様の来店頻度はさまざまです。お客様によってはその時々目的に応じてカー用品ショップやガソリンスタンドなど、行く店を選んでいる人もいますでしょう。こうした気まぐれなお客様、いわば浮動層の顧客をいかに取り込んでいくか、その「行きやすい店」作りの工夫も大切です。

しっかりした整備データの管理でサービスのご案内を実践することもその一つ、「そろそろオイル交換をされてはいかがですか」というひと言は、それがタイムリーであればあるほどお客様の心にピンと届くものです。

また家電量販店などで顧客の囲い込みのツールとして使われている会員制ポイントカードのシステムを導入しているサービス工場もあります。とにかく車のことなら何でもお気軽に、来店していただける仕組みづくり、それがお客様にとって気持ちの上で「近くて行きやすい」お店、ということになるのです。

「待ち」から「攻め」へのアクションを!

地域密着型といわれる自動車サービス業では

もともと派手な宣伝をすることはまれでした。主に既存顧客の口コミや紹介などで新しいお客様が増えていくという形でした。例えば引越してきた人に、近所のおばさんが「車検ならあそこの工場がいいわよ、親切だし、そんなに高くないわよ」などと言って紹介するようになります。いわばごく地味な顧客拡大策で、言い換えればそれだけに手堅く信頼のあるお付き合いがサービス工場とおお客様のきずなとなっていたわけです。いわば「待ち」の経営スタイル、ごく消極的なプロモーションがサービス工場の特質であるといえるでしょう。

さて、昨年この特集でご提案してきたサービス工場の「透明化=コンプライアンスの確立」や「見えるサービス」というテーマもこのような「選ばれる」ための前提条件として、まさに不可欠なものです。このような前提にたつて、さらに今年はこのような「待ち」から「攻め」へ、「静から動へ」のアクションを展開してみたいかがでしょう。

お客様にプレゼンテーションを発信!

先ほど出てきた近所のおばさんの例では「親切、価格も手ごろ」が紹介の基準であったわけです。もちろん言葉には出さなくてもその前に「技術力」や「過去に不愉快な思いをしたこともない」ということが、口コミ紹介の最低限の前提条件です。すなわち、安心で、信頼できて、満足以上の感動がある。そういうお店、サービスショップ作りを一步進めて、お客様にアピールするサービス工場、お客様のサービスニーズをきちんとキャッチできるサービス工場、お客様との対話を重視するサービス工場へ、2010年は「お客様へのプレゼンテーションを発信するサービス工場」への年としてみてはいかがでしょうか。



山陰圏の公共輸送を担う、バス整備から一般ユーザーへの浸透を目指す

関西から山陰、北近畿地方にバス、ハイヤー事業から観光まで幅広い関連企業を展開する日本交通(株)のグループ企業として、自動車サービス事業を担う日交整備(株)では、鳥取本社工場をこのたび全面改築し、大型車・小型車の整備、钣金塗装などトータルサービスに対応する最新設備を導入、新たにリニューアルオープンしました。



敷地は約33,000m²、工場建屋が約2,500m²というスケールの大きさ

大型バスから軽自動車まで、あらゆるサービスに対応

日交整備(株)は、現在、鳥取県内に鳥取、倉吉、米子の3工場を有し、グループ内の車両はもとより一般ユーザーの車検、点検、車体整備など幅広いサービスを手掛けています。今回リニューアルされた本社整備工場は、鳥取市内の国道29号バイパスに近接した約2,500m²の工場建屋を4期にわたって全面改装されたもの。大型車整備6ストール、小型車整備7ストール、検査ライン、車体整備関連ストールなど、すべての部門に最新設備を導入、山陰エリアの自家・専業工場として最新・最大規模の工場となっています。

「以前は工場中央に防火壁があり、大型・小型・車体の各ストールが入り組んでおり、作業効率面でも難がありました」と山田工場長。今回、工場全体を大型車、小型車、大型・小型車体整備と大きく4区画に分けてレイアウトし、また各部門に最新機器を導入したことにより、大幅な効率化を実現されています。



工場長
山田 正史氏



鳥取本社工場 課長
谷川 邦夫氏



鳥取本社工場 主任
渡辺 雅彦氏



検査ラインのある
大型車整備ストール側

ツインエースが
3基並ぶ
大型車整備ストール



小型整備ストール側からも
通り抜け可能とした検査ライン

検査ラインは
小型整備ストール側へ通り抜け式



電子、エア機器まで、バス整備で培った技術力を強みに

バス整備では安全走行に関わる整備だけでなく、自動ドアや、AV機器、運賃表、整理券発行機などといった様々な電装機器、エア機器の整備も日常的に求められます。「このような整備技術は教えてくれるところがありません」と山田工場長。まさしく日々の作業現場で築き上げてきた技術とノウハウ、これが同社の最大の財産であり、強みといえるでしょう。

こうした技術力があればこそ、他工場ではアッセンブリー交換となる故障も修理で対応できるケースもあるとのこと。高い技術力を提供することで、顧客にとっては整備費用のコストダウンが図れることとなります。このような技術をベテランから若手へと継承し、さらに育成していくことが課題とされているそうです。また一方、道路整備により県内の時間距離も短縮していることから、各工場の連携も視野に、重整備の集約化など工場機能の有効活用を推進したいとのこと。



車体修正用アンカーレール、ヨサムハイリーチビームセットを導入



バスの屋根部のサービスに、高所作業用デッキを設けた車体整備ストール



テストリフト2基を備えた大型車クイックストール



フロント、待合コーナーからも工場の見える、開放感のある設計



真紅のCIカラーにデザインされた大型塗装ブース

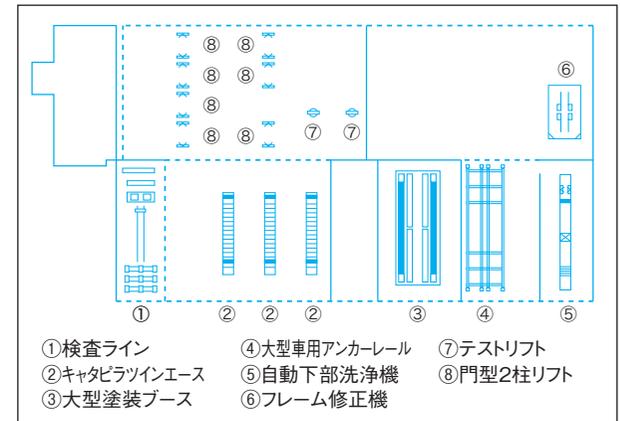
一般ユーザーにもアピールできる、明るい工場に

今回の工場の改築にともない「以前は工場事務所の片隅という印象だった」(山田工場長)といわれる待合室も、ガラス張りの清潔なイメージに一新、お客様への大きなリニューアル効果をもたらしています。「バスの整備なら日交」という定評をもつ会社ですが、一般ユーザーにもアピールできる新工場の完成により、地域に根ざしたバスの整備を通じて交通安全を担う企業として、「さらに日交のファン作りにもつなげていきたい」(山田工場長)とのこと。



洗車場には自動下部洗浄機を導入

小型車ストールには門型2柱リフト7基を設備

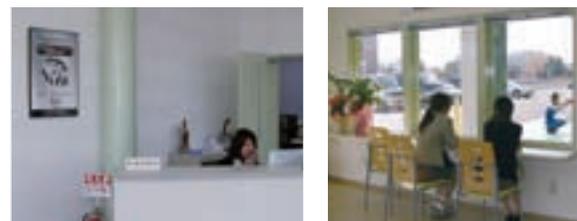


一般乗用車ユーザーにアピールする 明るく清潔な「来店型」サービス工場に！

高知市の大旺機械(株)ではこれまで大型車、法人ユーザーを主体としてきた顧客構成から、さらに一般、乗用車ユーザーへの拡大を図るため、このたび店舗・サービス工場を移転、新築し、明るく清潔感あふれる来店型のサービス工場としてオープンしました。



「高知北環状線」に面した店舗、サービス工場の外観



フロントには「スーパーアドバイザー」泉井課長の資格証も掲示
カウンターから整備の様子を間近に見られる

「来店型」コンセプトの新工場オープン！

大旺機械(株)の新サービス工場は高知自動車道の高知ICから南へ約2.5km、また高知市の市街からも東へ約3kmの「高知北環状線」に面した立地の良さと、ガラス張りの店舗、入りやすいお客様駐車場など、「来店しやすさ」に配慮した店づくりとなっています。

もともと建設関連やレンタル業などの法人ユーザーを主体に、2t～4tトラック、建設機械などの整備が大きなウエイトを占めてきた同社では、工場も以前は「一般ユーザーの来店しやすい形ではなかった」(水間副社長)とのことです。経済環境の変化にともない建設関連のサービス需要も減少する中で、一般・乗用車ユーザーの拡大が不可欠とされ、「来店型」をコンセプトとした今回の新工場が企画されたものです。



駐車スペースもゆったり、「来店しやすさ」に配慮



タンデムリフト2基、門型2柱リフトを導入した小型クイックストール



中・小型整備ストールにはツインエースジュニア2基、門型2柱リフト2基を導入



プラトン、天井クレーン2基を導入した大型整備ストール



代表取締役社長 溝渕 洋一氏



取締役副社長 水間 勝氏



第一整備課 課長 泉井 世一氏

最新設備で効率・環境に 配慮したサービスを実現

同社では「二輪車から重機まで」全ての指定を取得、車検、一般整備、車体整備のみならず、油圧機器、建設機械整備など多様な技能資格を必要とする整備を手掛け、技術力を大きな財産とされてきました。新工場はこうした幅広い車種対応はそのままに、さらに一般乗用車ユーザーへのシフトを実現することが目的です。新工場の敷地は約1600坪。間口約35m、奥行き約150mという細長い敷地形状を生かし、道路側から小型・中型整備ストール、大型重機整備ストール、BPストールと、3棟を順に並べたレイアウトとなっています。小型・中型車整備ストールにはタンデムリフト2基、門型2柱リフト3基、ツインエースジュニア2基を導入。大型車整備ストールにはテストリフト「プラトン」、移動式リフト「バリーテン」を各1基、天井吊下げクレーンを2基。また敷地奥のBPサービス棟には塗装ブース、車体修正用フロアレール1面を導入、これらの設備により幅広い車種に対応し、効率的かつ環境面にも配慮されたサービス体制を実現されています。

あらゆる車種の検査に対応する検査ライン



床面がフラットなタンデムリフトで作業環境も抜群

ブース、修正フロアレールを完備したBPストール



「お客様の視線」がスタッフの意識を変えた！

新工場のオープン以来、入庫されるお客様にもアピール効果は抜群とのことです。「とくに女性のお客様がサービス工場を興味深く見学されるようになりました」と話される泉井課長、変化を手ごたえとして実感されています。「お客様の視線を感じることで、スタッフの気持ちも引き締まりますね」と水間副社長。「朝礼時なども道路で信号待ちの車のドライバーから見られているので、いい意味の緊張感が出てきました」と泉井課長。こうした効果も来店型サービス工場への大きなステップといえるでしょう。同社では新店舗の効果をさらに生かすべく、土曜、祭日営業など一般乗用車ユーザーへのサービス体制の充実を図り、来店促進と顧客拡大に期待されています。「とにかく入庫していただいたお客様に満足していただき、リピーターとして、また口コミでのPR効果につなげていきたい」(水間副社長)と、顧客満足を最大限に重視するサービスを強調されています。



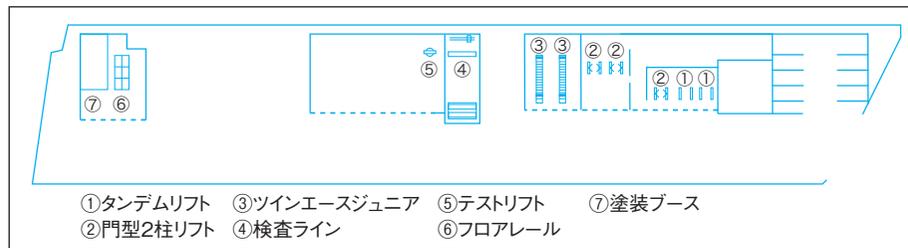
最高品質の仕上がりを実現する塗装ブース



ゆったりとくつろいでお待ちいただける待合コーナー



大画面テレビ、ドリンクサービスも完備



SHOW ROOM

ツインエースシリーズ用安全機構

数々の安全機構が装備されており、メカニクスの安全・安心作業をお約束いたします。

メカロック機構 (PAT.P)



ラック方式のメカロック機構をポスト内に内蔵。下降操作時以外は安全装置が掛かり、ポストの下降を防ぎます。

非常停止スイッチ



非常時に、この押しボタンスイッチを押すと全回路が遮断され、作動が停止します。制御盤の扉とリモコンスイッチに付いています。

非常停止

定期点検予定時期表示機能



定期点検(約12ヶ月)の時期になるとリモコンスイッチに付いているグリーンランプが点滅し、お知らせします。



オートパワーOFF



電源は定時限(未操作5分間)で自動OFFコントロールされ、誤操作を防止できます。

操作回路自己診断機能

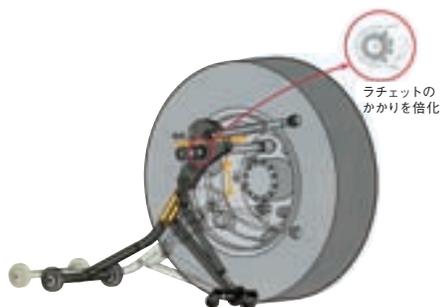


電源をONする毎に搭載CPUにより操作回路やリモコンスイッチ等正常に動作するかを自動的にチェックしています。

その他の安全装置

- 操作リモコン相対位置表示機能(パトライトはオプション)
- ホイールベース移動制御圧カススイッチ
- ヒューズ弁
- ホイールベース移動伸縮確認リミットスイッチ
- 上昇力制御圧カススイッチ
- リリーフバルブ(リフトの能力を超えた時や、油圧経路内に異常高圧が生じた場合に作動)

大型車ホイールナット締付用トルクレンチ



ラチェットのかりを倍化

エア・電気などの動力源不要。従来の大型トルクレンチの約1/3の手力で規定トルクに到達できます。

型式	トルク調整範囲		差込角 mm
	最小~最大 N・m	1目盛 N・m	
TW750N2	350~750	5	25.4
TW1000N2	400~1,000	5	25.4

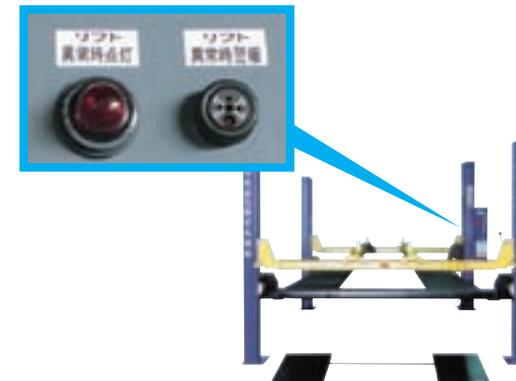
SHOW ROOM

ABS仕様スマートメーター



表示画面が手元で見られ、検査員の動作が大幅に簡素化されるスマートメーターはNo.263バンザイニュースで紹介しましたが、既設のテスターに対しても対応が可能なシステムとしてモデルチェンジされました。

傾斜角警報装置付ワークステージF



ランウェイの傾斜をセンサーで検知し、リフトを停止すると共に作業者の安全を守る警報装置付の4柱リフトです。

型式	能力 kg	全高×全幅×全長 mm
WSF-302K	3,000	2,450×3,090×5,455

T-ドライ(水性塗料対応テストピース乾燥装置)



- 遠赤外線「ハイレックスヒーター」採用。約3~5分程度で指触乾燥ができます。
- ヒーターと風を使用した下降流温風式の装置で、テストピースに塗った水性塗料の乾燥を驚く程早めます。
- 電気用品安全法(PSE)取得済

型式	熱源	風源	寸法・重量
BWPD-1	300W×2本	エアークンプレッサー	W440×D240×H312mm 約9kg

廃油利用経費削減機器



CB-350CTB



CB-3500

コイルチューブボイラー

廃油を燃料にして低コストな温水を供給します!

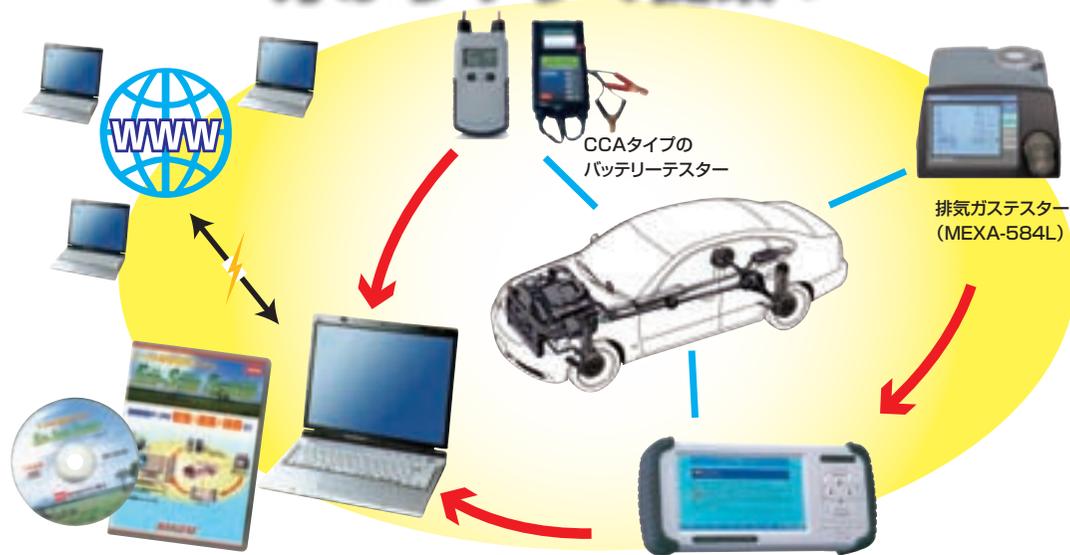
型式	出熱量 Kcal	ボイラー保有水量 L
CB-350CTB	65,520	45.5

クリーンバーンヒーター

廃油処理費と暖房費をダブルでコスト低減を図ります!

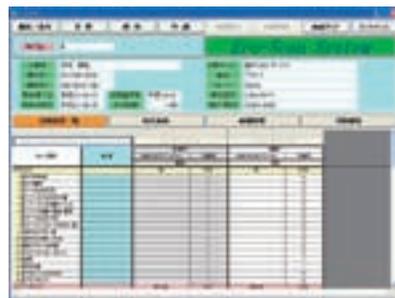
型式	最大出力 Kcal/h	電源/電流 V/A
CB-3500	88,200	200/15

「診る技術」を、「見せる技術」で 分かりやすく提案!



車検や定期点検の付加価値として エコスキャン診断

- ① OBDコード(スキャンツール)
- ② 5ガス成分(要素)+ブローバイガス
- ③ バッテリーチェック
- ④ エンジンなどの各部状態(エコチェック)



上記の簡易診断を行い、不具合箇所については精密検査により有料化を促進します。

スキャンツール、5ガステスター、バッテリーテスターを有効活用した車両総合診断が可能です。エンジン内部洗浄をはじめとするサービスメニューの販促ツールとして活用できます。診断結果と顧客情報を連動して管理します。管理情報をデータベース化し、トラブルシューティング時の情報検索や診断ガイドの表示等のサービスサポート機能を搭載しています。将来的には、エコスキャンを使用している他ユーザーとの情報共有が行える診断システムです。

診断をもっと身近なものにし、お客様に分かりやすく伝える事が重要です。

故障診断データの管理・提案・検索が可能です!

顧客・車両情報と診断データの一元管理

エコスキャンは、スキャンツールと5ガステスター、バッテリーテスターと組み合わせ、簡単に車の状態を総合診断できます。



車両の診断レポートを簡単プリント!

測定データを基に、車両状態を診断レポートとして簡単に発行できます! カーオーナーに対して、車両状態(エコ指数)を分かりやすく伝えるとともに、サービスメニューの販売サポートツールとしてもお使い頂けます。



故障コードを含めた車両整備情報をデータベース化

エコスキャンなら、スキャンツールで出た故障コードとそれに対する作業(症例)情報をデータベース化することができます。これにより故障コードはもちろん、コードの出ない症例の情報も、管理・検索することができ、トラブルシューティング時の作業効率化が可能です。



※データの検索・閲覧には、別途サーバー利用契約が必要です。



有限会社 道東車輛工業

北海道十勝支庁広尾郡広尾町並木通西3丁目 TEL.01558-2-4484

技術、設備への前向きな取り組みと 人と人とのつながりを軸に信頼を構築



国道に面した社屋の外観



北海道十勝支庁広尾町で大型車から小型車、整備から車体整備まで、幅広いサービスを手掛ける(有)道東車輛工業。人と設備、環境面への意欲的な取組みを通じて、高品質なサービスを提供し、人口約8,000人という限られた地域を基盤として、強固な顧客の囲い込みを実現されています。



一丸となって顧客サービスにあたるスタッフの皆さん
(左端、代表取締役 斉藤博氏、後列左から3人目、営業管理部長 中谷貴治氏)

「出会いの上に今がある」30年の結びつき 毎年秋に創業祭を開催されているそうですね

斉藤社長:昭和54年の創業ですからちょうど30年になります。毎年10月に従業員と家族ぐるみでお客様への感謝祭を開催しています。

30年来のお客様も大勢いらっしゃるのですか？

斉藤社長:人と人とのつながりでやってきましたので古くからのお客様も多いです。お客様との関係でも、バンザイさんとの関係でも、人との出会いの上に今があると思っています。

整理整頓、「気がつく」ことから始まる 工場もたいへんきれいにされていますね

斉藤社長:整備工場は外観と工場のイメージのギャップが大きいですね。正面だけきれいにしている、工場は雑然としているところが多いです。当社でも以前は同様でした。整理整頓は、まず不要なものを捨てる(捨てる)ことから始めないとダメです。設備機器もどれだけ投げたか分からないほどです。

お客様に対するイメージも違いますね

斉藤社長:高級車を販売する店では工場の床面もタイル張にしていますね。それは1,000万円の車を販売するからきれいにする、というのでは意味が違うと思います。我々が100万円の車を販売する場合でも、その価値感とは同じはず。整理整頓する、床をきれいに清掃する、というのはそれが「当たり前」だからです。ツナギも、汚れたら替えるのが当たり前です。当たり前のことをやっていけばいいということなんです。当社でもそれに気付けて実行できるまでにはずいぶん時間がかかりました。

中谷部長:メカニックの考え方だと、着替えてもすぐにまた汚れる、という心理があるんです。しかし1台の作業が終わったら、次の作業はきれいなツナギで取り掛かる、という形に切り替えることが大事です。そのため洗濯機2台と乾燥機を設備しています。



検査ライン、アライメントテスター「バイスパス」。アライメントテスターのアタッチメントは吊下げボードに収納



3基のツイーンエースとレール式ホイールドローリーで効率化を実現

将来への投資、人と設備の向上にける熱意 教育にも力を入れておられるそうですね

斉藤社長:バンザイさんのらしく車検工房に入って研修を受けたことがきっかけです。社員の一人を研修に派遣しても、その社員が会社に帰って他の社員に教えるということは、なかなか出来ません。そこで独自に講師に来て頂いて、全員で教育を受けるという形にしました。少人数で受けることによって緊張感もあります。教えてもらったことがすぐ出来るわけではありませんが、5割理解できて、そのうちの2割実行出来る。その繰り返しでレベルが上がっていきます。だから継続してやるのが大切だと思います。最初は接客、その次は技術と交互に実施しています。

設備面もたいへん充実していますね

斉藤社長:一番最初は下部洗浄機を入れたことがきっかけでした。北海道では下回りの泥汚れが本州とは比較になりません。他社で下部洗浄機を入れたというので見学に行き、すぐに導入しました。それから変わりましたね。天国と地獄の違いくらいです。効率的にも大幅に時間短縮ができて、当時1台だったツイーンエースがツナギに順番待ちの状態になりました。そこで翌年もう1台ツイーンエースを導入することになったのです。

コンピュータも早くから導入されたのですか？

斉藤社長:最初に導入したのが昭和55年で、それ以来コストもかけ、試行錯誤を重ねてきました。現在のシステムはほぼオリジナルで、顧客管理だけでなく売上、利益、作業時間の管理まで整備士ごとにきめ細かく管理できるようになっています。きちんとサービスして、きちんと儲けさせて頂く、そのためのシステムになっています。

大型車修正機のアンカーレールも設備



大型車用アライメントシステム「トラックアライナーⅡ」も完備

作業の合間には整備機器の補修もきめ細かく実施



セレット修正システムで高品質の修復を実現



板金リフトを装備したオリジナルの塗装ブース



作業終了後は全ての整備機器を定位置に収納



全ての備品の置き場が明示されている



アライメントの外部モニターもオリジナル仕様

整備はサービス業、「当たり前」へのこだわり 人と設備、どちらも将来への投資ですね

斉藤社長:何より従業員の質を上げたい、それでなければいいサービスはできません。設備を導入するときも、もちろん将来性や採算性も考えますが、「当たり前のサービス」をするために必要だから入れているんです。お客様にきちんとお金を頂くためには、きちんとしたサービスが必要なんです。

中谷部長:例えばアライメントにしても費用対効果や採算性だけを考えているわけではありません。お客様をつなぎとめるサービス、お客様に来てもらえるサービスを優先するという考え方です。

いいサービスで、たくさんのお客様に来て頂く ということですね

斉藤社長:1台の車で10年、1人のお客様と20年、30年のお付き合いをしたいということなんです。「顧客満足」とか理屈はいろいろあるでしょうが、これまでの経験からやってきて染み付いていることをやっているだけです。お客様を満足させるために 特別のことをしなければいけないということではなくて、「当たり前」のことをやればいいのかということなんです。常にサービス業だからこそやれるサービスをやると、そこに「メシの種」がついて回らんとします。「売れない」ではなくて「売っていない」のではないのでしょうか。「メシの種」を探す努力をつねにしていかなければいけないと思います。

本日はありがとうございました

MSC第27回実務者研修会を開催 MSC経営戦略会議

ハイブリッドカーのサービスに急速に関心が高まっている中、MSC経営戦略会議では11月5～6日の2日間にわたり、あいおい保険自動車研修所の東富士センターにおいて同会8回目となるハイブリッドカーセミナーを開催しました。

このセミナーではハイブリッドカーの取り扱いに必要な低電圧電気取扱講習から、故障車両の搬送、ハイブリッドシステムの要となるインバーターの交換など、実践的な知識と技術を修得するものです。

MSC経営戦略会議では会員からの高まる要望に応え、同セミナーを年2回にわたってとりあげ、次回は2月の開催を予定しています。



救急処置の実習



実車による実技講習

セレットクラブ第4回実務者研修会を開催 セレットクラブ

環境サービスへの対応が迫られている中、わが国の補修市場においても低VOC化規制に対応する水性塗料の導入が急速に進められています。こうした現状を踏まえ、セレットクラブでは第4回目となる実務者研修会として10月18日、横浜市の(株)永城自動車興業において「水性塗料技術研修会」を開催しました。

研修会では水性塗料化への動向、水性塗料システムの概要説明、さらに水性塗料関連機器の紹介などの座学から実際の塗料システムを使用した調色、下地調整、ベースコート塗装、さらに廃液の処理方法までを含め、実習とデモンストレーションが行われました。



水性塗料の概要、関連機器の紹介



水性塗料の塗装、乾燥の実習

MSC第96回研究会を開催

MSC経営戦略会議

第96回を迎えるMSC研究会が10月30～31日の2日間、バンザイ芝ビルの会議室において開催されました。開会にあたって若杉利男議長は自動車産業の基幹を担うサービス業として、今後ますます重要になる役割に前向きに取り組む決意を表明、また講師として招かれた野崎英直氏は「クレーム対応とリピート率向上の極意」と題し、CS強化の重要性について述べられました。



議長 若杉利男氏



講師 野崎英直氏

感動夢工場

第17回研究会を開催 感動夢工場会

感動夢工場会は、10月13～14日の2日間、バンザイ芝ビルの会議室において第17回研究会を開催しました。高間専逸会長はハイブリッドカーなどの最新技術をはじめ様々な情報の収集発信の核となる役割に期待を述べられ、また講師の野崎英直氏は「クレーム発生率に表れない「サイレントクレマー」の存在を指摘、クレーム対応策の重要性を強調されました。



会長 高間専逸氏



2日目は日本科学未来館での見学へ

BANZAI GUIDE

おかげをもちまして、 バンザイは創業90周年を迎えます

バンザイは2010年6月、創業から90周年を迎えることとなりました。
これもひとえに皆様のご支援、ご愛顧の賜物と心より御礼申し上げます。

バンザイの歩み

1920年(大正9年)6月	萬歳貿易商会、日本橋で創業
1946年(昭和21年)	商号を萬歳自動車(株)に改称
1948年(昭和23年)	港区芝西応寺町に工場を新設
1975年(昭和50年)	商号を(株)バンザイに改称、厚木流通センターを建設
1979年(昭和54年)	大阪流通センターを建設
1982年(昭和57年)	バンザイ芝ビルを建設
1988年(昭和63年)	旧本社ビル跡地にバンザイ本社ビルを建設
1995年(平成7年)	浦和流通センターを開設し業務を開始する。
1996年(平成8年)	埼玉県北本市にR&Dセンターを開設する。
2003年(平成15年)	ISO9001:2000品質マネジメントシステムの認証を取得
2008年(平成20年)	ISO14001:2004環境マネジメントシステムの認証を取得



萬歳自動車(株)日本橋本社
(戦後再建された当時の写真)



昭和24年頃の芝工場
(現在の本社所在地)



昭和38年に増築した
5階建本社ビル



昭和63年に建設された
現在の本社ビル

編集後記

<編集室>



新年明けましておめでとうございます。昨年は内外ともに大変厳しい1年でした。当社も今年創業90周年。大きなお祝いイベントをするような状況でもないところがとても残念…。昨日の異業種交流会の中で「90年もの歴史があるとは凄いですね～」と改まった席で面と向かって言われ、何か照れ臭さを感じました。90年の歴史の重みと、そして目指すは100年企業。

大きな節目の100歳の誕生日には盛大なお祝いができるように、今年こそは100年企業に向けてのステップアップの1年になって欲しいものです。この1年が皆様にとって素晴らしい1年になりますよう祈念して、楽しく読めるバンザイニュースを目指し頑張りますので宜しくお願い致します。